

ASSISTANTE DE RECHERCHE AU GRELQ (GROUPE DE RECHERCHE
EN ÉDITION LITTÉRAIRE AU QUÉBEC)
6658, RUE DE NORMANVILLE, MONTRÉAL – QUÉBEC, H2S 2B9 – CANADA
TÉL. 514 276 7714 – FAX 514 277 6663 – <rachelbt@hotmail.com>

RÉSUMÉ Cet article expose le discours éditorial sur la lecture d'un éditeur québécois spécialisé dans la publication d'ouvrages pour la jeunesse: Soulières éditeur. L'analyse de différents lieux discursifs permet d'établir quelle conception de la lecture l'éditeur transmet aux lecteurs d'âge scolaire et aux médiateurs du livre. De plus, elle permet de découvrir si l'éditeur se conforme aux discours éditoriaux contemporains et s'il répond aux orientations ministérielles québécoises proposées par le Ministère de l'Éducation et le Ministère de la Culture.

MOTS CLÉS Édition québécoise pour la jeunesse. Discours éditorial sur la lecture. Lieux discursifs. Soulières éditeur. Lecture

Discurso editorial sobre la lectura y lugares discursivos de la ediciones Soulières

RESUMEN Este artículo explora el discurso editorial sobre la lectura de un editor de Québec especializado en la publicación de libros para la juventud: Soulières éditeur. El análisis de distintos lugares discursivos nos permite establecer cual es la concepción de la lectura que el editor transmite a los lectores de edad escolar así como a los mediadores del libro. Además, nos permite comprobar si el editor se conforma con los discursos editoriales contemporáneos y si respeta las orientaciones sugeridas por el Ministerio de Educación y el Ministerio de la Cultura de Québec.

PALABRAS CLAVE Ediciones de Quebec para la juventud. Discurso editorial sobre la lectura. Lugares discursivos. Ediciones Soulières. Lectura.

Editorial Discourse on Reception and Discursive Locations of the Soulières Editions

ABSTRACT This article explores the editorial discourse as regards the reception of *Soulières Éditeur*, a Québec publisher specializing in books for young people. The analysis of different discursive locations helps us determine what literary approach the publisher wishes to convey to a primary school age group, as well as to adults who select these reading materials. In addition, it allows us to determine if the publisher complies with the contemporary editorial discourse and, at the same time, meets departmental guidelines proposed by the Québec Ministry of Education and the Québec Ministry of Culture and Communications.

KEYWORDS Quebec publications for young people. Editorial discourse on reading. Discursive locations. *Soulières Éditeur*. Reading.

Discours éditorial sur la lecture et lieux discursifs chez Soulières éditeur

RACHEL DEROY-RINGUETTE

INTRODUCTION

Le discours sur la lecture proposé par les éditeurs se manifeste, entre autres, par le choix des textes et des auteurs qu'ils publient, les moyens qu'ils utilisent pour diffuser leurs ouvrages et les relations qu'ils entretiennent avec les professionnels du réseau du livre (Chartier et Hébrard, 1989). Ainsi, l'éditeur, par ses choix et ses actions propose une vision, la sienne, de la lecture, qu'il transmet à ses lecteurs et aux médiateurs du livre (bibliothécaire, parent, enseignant). Dès lors, les éditeurs pour la jeunesse imposent un discours sur la lecture à un lectorat qui débute sa vie de lecteur et à des adultes qui agissent comme intermédiaires. La perception de l'éditeur sur la lecture, véhiculée par les lieux discursifs, semble primordiale pour former les apprentis lecteurs et leur permettre de développer le goût de lire. Ainsi, cet article étudie le discours éditorial sur la lecture d'un éditeur québécois qui se consacre uniquement à l'édition pour le lectorat d'âge scolaire: Soulières éditeur¹. Pour cerner le discours de ce dernier, nous analyserons différents lieux discursifs (les noms de collections, les genres littéraires, le paratexte, les publicités, les affiches promotionnelles, les catalogues, l'âge et le sexe des héros et le site Internet).

1 Cette étude couvre les années 1997 à 2002.

RAPPEL HISTORIQUE

Avant d'analyser les lieux discursifs et le discours éditorial sur la lecture qui en découle, il semble impératif de faire un rappel historique en abordant la mouvance des discours éditoriaux québécois proposés aux jeunes au cours du dernier siècle. Le premier discours éditorial des publications pour la jeunesse se centre sur la *doxa*. En effet, entre 1920 et 1939, les ouvrages publiés rendent hommage à la foi, la langue et l'histoire. La moralité est au cœur des préoccupations des prescripteurs (Pouliot et Sorin, 1996). De 1940 à 1959, le discours informatif prend forme mais le discours doxologique subsiste toujours, et, d'après Pouliot et Sorin, le discours centré sur le plaisir de lire et sur l'acte de lecture en tant que tel s'amorce. Elles mentionnent que "la lecture est abordée autrement. Il est désormais question de développer le goût de la lecture chez les enfants, en plus de piquer leur curiosité intellectuelle" (1996: 494). Dans les années 1960, le Québec et le monde de l'édition (général et jeunesse) vivent de grands bouleversements. En 1964, les livres de prix scolaires² sont abolis. Conséquemment, la production et les tirages de livres pour la jeunesse dégringolent drastiquement (Madore, 1994). Mais selon Pouliot et Sorin "on sent poindre une volonté éditoriale de renouveler l'acte de lecture chez le jeune, [mais] ce n'est que lors de la décennie suivante que les véritables résultats se feront connaître" (1998: 107). Ainsi, dans les années 1970, la création de Communication-Jeunesse³, en 1971, et l'implantation du nouveau programme de français, du Ministère de l'Éducation du Québec (après MEQ), en 1979, entre autres, donnent un vent de renouveau à l'édition québécoise pour la jeunesse. À cette époque, c'est le discours du divertissement qui prime. L'actuel

2 Après la création du ministère de l'Éducation, la tradition de donner des livres canadiens aux élèves est rompue. C'est en 1876 que "pour faire œuvre d'éducation nationale et afin de soutenir l'industrie locale du livre, le gouvernement du Québec décida de favoriser la production de collections canadiennes" (Landry, 2007: 90) et de donner ces livres aux élèves les plus méritants à la fin de l'année scolaire.

3 Communication-Jeunesse est un organisme de promotion de la littérature québécoise pour la jeunesse.

discours éditorial sur la lecture, en littérature pour la jeunesse, cherche encore à divertir le lecteur et, en plus, il tente de l'introduire à la littérature (Lafrance et Pouliot, 1999). Lafrance et Pouliot soulignent que "les maisons d'édition [...] ont renouvelé le discours institutionnel sur la lecture des zéros à seize ans, en misant sur une approche ludique et humoristique, [...] [et] en offrant des titres [...] qui [...] proposent une entrée dynamique en lecture et en littérature" (1999: 16). Dans cette étude, nous soutenons que le discours éditorial sur la lecture de Soulières éditeur relève de cette conception de la lecture fondée sur le plaisir et l'initiation à la littérature, complété par l'ouverture à la culture générale. De plus, nous avançons que l'éditeur incite les jeunes à découvrir une multitude de genres littéraires. Pour confirmer ces hypothèses, les lieux discursifs précédemment énumérés seront analysés.

NOMS DES COLLECTIONS

Pour débiter l'étude, les noms des collections seront examinés. D'abord, le nom "Ma petite vache a mal aux pattes"⁴ (après "MPV") évoque d'emblée, en référence avec la comptine, une préoccupation ludique et intertextuelle. Puis, le nom de la collection "Chat de gouttière"⁵, lié au texte de présentation: "pour tous les goûts: de l'aventure, de l'humour, de l'émotion, et tout cela commence avec six planches de bandes dessinées" (Cat. Soulières éditeur, 2002: 37), fait allusion à la mixité des genres. Finalement, le nom de la collection "Graffiti"⁶ appelle un désir de marginalité de la part de l'éditeur et rappelle la diversité. D'ailleurs, en 2002 la collection comptait sept genres littéraires différents pour 13 titres.

4 S'adressant aux lecteurs de 6 ans et plus.

5 S'adressant aux lecteurs de 9 ans et plus.

6 S'adressant aux lecteurs de 11 ans et plus.

GENRES LITTÉRAIRES

Pour ce qui est de l'architextualité, force est de constater que les genres littéraires offerts sont nombreux. Ce souci d'offrir à lire une variété de genres littéraires montre la volonté de l'éditeur de plaire à un lectorat vaste et diversifié, tout en lui offrant la possibilité d'explorer de nouveaux genres et de prendre plaisir à découvrir de nouvelles lectures. D'ailleurs Colombe Labonté, co-directrice chez Soulières éditeur admet: "notre objectif est d'offrir le plaisir de lire, et lire en taille de lectures possibles de façon à ce que les jeunes découvrent les genres qui les concernent, qu'ils aiment" (DeRoy-Ringuette, 2004). Ainsi, toutes collections confondues, 14 grands genres⁷ se cotôient et se divisent en 38 sous-genres complexifiés.

En débutant par la collection "MPV", la majorité des titres relève du roman intimiste. Ce choix paraît logique puisque les destinataires de cette collection amorcent leur vie de lecteur et ont besoin de récits aux structures simples. Écrits à la première personne, ces récits mettent en scène un héros qui vit des situations réelles et quotidiennes, qui impliquent la famille, les relations amicales et la société de l'enfant, donc des événements auxquels le lecteur peut facilement s'identifier (Guérette, 1998). Pour la collection "Chat de gouttière", le roman d'aventures est le genre le plus exploité. Ce choix de l'éditeur correspond aux résultats obtenus par Gervais où elle démontrait que 54% des filles et 57% des garçons de 9 à 12 ans préféraient le roman d'aventures (Gervais, 1997). Finalement, la collection "Graffiti" comprend 7 genres différents pour les 13 titres publiés, la majorité étant des romans intimistes et, d'après Bellemare: "Depuis le début des années 90, le roman pour la jeunesse s'est mis à l'écoute de tous les problèmes qu'affrontent les adolescents et il y répond par des récits réalistes, décrivant le quotidien" (1997: 391). Par

⁷ Allégorie, biographie romancée, chronique intimiste, conte et légende, fantaisie, roman d'amour, roman d'aventures, roman d'enquête, roman d'humour, roman fantastique, roman intimiste, roman policier, roman psychologique et roman sociologique. Ces données ont été recueillies dans le catalogue 2006 de Soulières éditeur, concernant les titres publiés entre 1997 et 2002.

contre, Soulières éditeur publie aussi plusieurs autres genres peu exploités en littérature pour la jeunesse, et ce surtout après 2002 (par exemple la parodie de fantasy ou le roman philosophique).

PARATEXTE

En regard de cette étude, le paratexte est un autre lieu discursif important. Pour la collection “MPV”, les premières et quatrièmes de couverture seront analysées. Dès lors, il apparaît que certains titres affichent des premières de couverture qui étonnent. En guise d'exemple *Zzut!*⁸ présente une porte qui s'ouvre en rabat sur la première de couverture ou *La picote du vendredi soir*⁹ affiche une couverture embossée pour simuler la varicelle. Dans le cas des quatrièmes de couverture, en plus du résumé habituel ou d'un extrait du livre, l'éditeur a choisi d'adapter le logo¹⁰ en fonction de l'action du livre, ce qui facilite l'horizon d'attente du lecteur débutant. Ainsi, seule et frissonnante dans le noir avec pour seul éclairage une chandelle, la “vache-logo” de *Frissons dans la nuit*¹¹, donne des indices au lecteur. Le lecteur allie l'information transmise par le titre et l'extrait de la quatrième de couverture à la “vache-logo” pour se créer un horizon d'attente. La “vache-logo” vient alors donner un renfort visuel aux indices textuels. Cet exemple en est un parmi tant d'autres puisque chaque livre possède une “vache-logo” personnalisée¹². Celle-ci provoque d'ailleurs l'amusement et l'étonnement, à l'instar des premières de couverture originales.

8 D'Alain M. Bergeron.

9 De Nathalie Ferraris.

10 Une “vache-logo” créée par Caroline Mérola.

11 De Carole Montreuil.

12 Les neuf premiers titres de “MPV” ne comprenaient pas de “vache-logo”, ce n'est qu'à partir du dixième titre, *Ça roule avec Charlotte!* de Dominique Giroux, que la tradition d'illustrer une “vache-logo” en rapport avec l'action du livre s'est amorcée.

Dans la collection “Graffiti”, le paratexte indique aussi un discours axé sur le plaisir. Par contre, ce n’est pas sur la couverture que le lecteur retrouve des concepts farfelus, mais bien à l’intérieur du livre. Prenons comme exemple *Les Tempêtes*¹³ où un CD a été ajouté. Ce détail interactif fait sourire et plaît aux lecteurs adolescents. De plus, avec des premières de couvertures, ou des inserts, de peintres renommés tels Modigliani¹⁴ ou Bosch¹⁵, le paratexte de “Graffiti” démontre que l’éditeur a pour souci de donner à ses lecteurs des savoirs relevant de la culture générale.

PUBLICITÉS DE L’ÉDITEUR

En observant les publicités de l’éditeur, autre lieu discursif important, quatre principaux discours sur la lecture émergent. Le premier expose que lire est une activité agréable, avec un slogan publicitaire tel que: “Le plaisir! Uniquement le plaisir, totalement, passionnément à chaque livre” (Lurelu, 1997: 71). Le second suggère que l’humour détient un pouvoir certain pour piquer la curiosité des lecteurs, par exemple: “C’est un roman moche, pourri et qui va nulle part. Mais ne vous fiez pas à cette publicité. Achetez-le et faites votre propre opinion” (Lurelu, 2002: 16). Le troisième est axé sur la pluralité des genres littéraires à lire, avec le slogan: “Tous les goûts... sont dans la lecture” (Le Libraire, 2001: 49). Et, finalement, le dernier signale que les lecteurs des textes publiés chez Soulières éditeur lisent des auteurs reconnus et primés dans le champ de la littérature pour la jeunesse, avec la publicité “Des prix... pour tous les goûts” (Soulières éditeur, 2002: 60).

13 D’Alain M. Bergeron.

14 *Gigi*, de Mélissa Anctil.

15 *L’ogre de Barbarie*, de Daniel Mativat.

AFFICHES PROMOTIONNELLES

De leur côté, les affiches promotionnelles se regroupent principalement sous cinq discours distincts. Le premier discours tend vers la lecture unisexe. L’affiche “Des livres pour les filles...et pour les gars qui aiment les filles | Des livres pour les gars... et les filles qui aiment les gars” (Affiche promotionnelle, Soulières éditeur), traduit cette vision d’une lecture sans discrimination sexuelle. Au recto, l’affiche dévoile des livres aux héros féminins et des genres littéraires dits féminins¹⁶, tout en évoquant que les garçons peuvent aussi apprécier ces lectures, et l’inverse au verso. Le second discours expose la lecture comme une activité plurielle, c’est-à-dire qu’elle est autant abstraite que concrète. L’affiche “Feuilleter réfléchir découvrir prêter donner emprunter offrir recevoir trouver dénicher imaginer rêver planer rire pleurer vibrer partager ressentir penser regarder adorer dévorer aimer Lire lire lire” (Affiche promotionnelle, Soulières éditeur) démontre bien que le lecteur doit coopérer et que le livre n’est rien sans l’activité du lecteur (Eco, (2001) [1979]). Le troisième discours indique que la lecture peut être à doublesens. En référence à Eco, c’est l’encyclopédie du lecteur qui intervient pour trouver les jeux de mots, les références culturelles et intertextuelles ou encore les scénarios communs (Eco, (2001) [1979]). L’affiche “Lire c’est pas bête” (Affiche promotionnelle, Soulières éditeur), en est un bon exemple car le slogan suppose que lire développe l’esprit et le graphisme présente des livres aux héros animaliers. Le quatrième discours accorde une importance marquée à la lecture sérieuse, notamment avec l’affiche “Dominic Abel et ses amis”¹⁷ (Affiche promotionnelle, Soulières éditeur). Ce discours semble conséquent puisque, habituellement, les jeunes lecteurs dévorent les séries et, s’ils ont le coup de foudre pour un personnage, ils souhaitent répéter le plaisir dans chacune des aventures de celui-ci (Décreau, 1994).

16 Par exemple: psychodrame, roman sociologique; chroniques intimistes, psychologique, sociologique.

17 La série “Dominic Abel”, d’Alain M. Bergeron, comprend 5 titres: *Zzzut*, *Mineurs et vaccinés*, *Mon petit pou*, *Un gardien averti en vaut 3* et *La classe neige*.

Finalement, le dernier discours porte sur l'offre de lecture d'auteurs primés, ou la valorisation du capital symbolique. Ainsi, chez Soulières éditeur, quelques affiches soulignent la légitimation des auteurs, par exemple "Un livre ça n'a pas de prix... mais des fois, oui!" (Affiche promotionnelle, Soulières éditeur).

CATALOGUES

À l'intérieur des catalogues, trois discours dominant. Le premier est d'inculquer des habitudes de lecture durables, intemporelles et universelles. Les slogans: "Lire beau temps, mauvais temps" (Cat. Soulières éditeur, 2004) et "Lire jour et nuit, Lire nuit et jour" (Cat. Soulières éditeur, 2005) en sont des exemples. Le second discours réside dans la volonté de l'éditeur à présenter la lecture comme une source de plaisir, comme l'illustre un extrait du texte de présentation de la collection "MPV": "Avec des thèmes proches des jeunes lecteurs, c'est la collection idéale pour aborder graduellement le grand plaisir de la lecture" (Cat. Soulières éditeur, 2004: 3). Le dernier discours représente la lecture comme une activité captivante. Par exemple, la phrase finale du texte de présentation de la collection "Graffiti" indique: "Des romans qu'on ne lâchera pas avant la dernière page, parole d'éditeur!" (Cat. Soulières éditeur, 2004: 20).

ÂGE ET SEXE DES HÉROS

L'âge et le sexe des héros des publications peuvent aussi être des indicateurs quant au discours éditorial sur la lecture. Des analyses préliminaires dévoilent que la majorité des titres de "MPV", en fait 33 contre 14, ont pour personnage principal un garçon. Il semble qu'avec ce choix de publier plus de héros masculins, l'éditeur tente d'attirer les garçons vers la lecture, en cherchant l'identification de ceux-ci aux protagonistes mâles. Dans la collection "Chat de gouttière", la répartition des sexes est presque égale, mais dans la collection "Graffiti", la majorité

masculine revient en force avec 80% de héros masculins. Considérant l'âge, il apparaît que, majoritairement, les héros ont plus ou moins le même âge que le destinataire. Cette stratégie permet encore une fois de faciliter l'identification du lecteur. D'ailleurs, selon Guérette "l'identification aux personnages, plus précisément au héros [...] est caractéristique au développement des enfants et de la majorité des tranches d'âges associées à l'adolescence" (1998: 166).

SITE INTERNET: FICHES PÉDAGOGIQUES

Le site Internet de l'éditeur¹⁸ est le dernier lieu discursif analysé. Plusieurs sections se retrouvent à l'intérieur de celui-ci mais celle dont nous avons débuté l'analyse s'intitule "Fiches Pédago". Ces fiches pédagogiques s'adressent aux enseignants du premier cycle du secondaire et accompagnent, pour l'instant, huit titres de la collection "Graffiti". De façon générale, elles comprennent avant tout un bref résumé, les principaux thèmes et l'incipit du livre. Puis, on y retrouve les compétences exploitées en français ainsi que pour d'autres domaines de formation. Puis vient une rubrique intitulée "Intertextualité" qui inclut une définition du genre littéraire du livre à l'étude et plusieurs activités en lien avec les thèmes du livre. Après, se trouve une section qui porte sur l'interdisciplinarité où d'autres disciplines scolaires sont mises en avant, notamment l'histoire, les sciences et technologies, les arts, etc. Vient ensuite une autre rubrique qui comprend des questions de réflexion sur les différents domaines généraux de formation du programme scolaire, comme "Santé et Bien-être" ou "Vivre ensemble et citoyenneté". Vient après un "Petit répertoire d'œuvres" où sont suggérées des œuvres littéraires et cinématographiques liées aux thèmes du livre présenté. Les livres recommandés sont autant des publications de Soulières éditeur que des classiques de la littérature. Finalement, les fiches pédagogiques comprennent une biographie et une bibliographie de l'auteur, ainsi qu'un court texte de celui-ci sur le processus de création

18 <www.soulieresediteur.com>.

du titre présenté. Ces fiches pédagogiques attestent, une fois de plus, le souci de l'éditeur d'initier les lecteurs à la littérature en proposant les rubriques "Intertextualité" et le "Petit répertoire d'œuvres". La notion de plaisir semble un peu moins présente, bien que les activités proposées demeurent somme toute loin de l'enseignement traditionnel.

ET LES AUTRES ÉDITEURS?

Cette analyse des lieux discursifs justifie les hypothèses de base, en l'occurrence que Soulières éditeur est de son époque puisqu'il propose un discours éditorial sur la lecture qui divertit et introduit à la littérature et à la culture, en plus d'offrir une grande variété de genres littéraires. Mais qu'en est-il des autres éditeurs québécois pour la jeunesse? Nous avons sélectionné deux éditeurs, Dominique et compagnie et les Éditions Michel Quintin et, à partir de leurs catalogues (section romans), quelques constats s'imposent. Premièrement, chez Dominique et compagnie, le discours s'avère semblable à celui proposé par Soulières éditeur. Effectivement, pour les apprentis lecteurs le plaisir est de mise, le texte de présentation de la collection "Roman rouge"¹⁹ mentionne que "ces livres sont faciles et agréables à lire" (Cat. Dominique et compagnie, 2006-2007: 31). Du côté des préadolescents, l'initiation à la littérature est bien présente. La collection "Roman bleu"²⁰ offre aux lecteurs "des] textes forts et originaux [qui] les préparera à aborder les grands chefs-d'œuvre de la littérature" (Cat. Dominique et compagnie, 2006-2007: 31). Aux Éditions Michel Quintin, le discours des minis-romans s'oriente également vers le plaisir. D'abord par les noms de collections qui rappellent des jeux d'enfants: "Saute-mouton"²¹ et "Le chat & la souris"²². Et, ensuite, par le texte de présentation de cette dernière qui propose "des

19 S'adressant aux lecteurs de 6 ans et plus.

20 S'adressant aux lecteurs de 10 ans et plus.

21 S'adressant aux lecteurs de 6 ans et plus.

22 S'adressant aux lecteurs de 7 ans et plus.

romans dans lesquels le lecteur plonge goulûment et en émerge le sourire aux lèvres” (Cat. Éditions Michel Quintin, 2006: 7). Par contre, si le plaisir transparait aisément dans le discours des Éditions Michel Quintin, nulle part il n’est question d’initiation à la littérature²³.

PRESCRIPTIONS MINISTÉRIELLES

Dans un autre ordre d’idées, puisque Soulières éditeur s’adresse aux lecteurs d’âge scolaire, il semble impératif d’aborder les orientations ministérielles. Au primaire, le MEQ met de l’avant la compétence “Lire des textes variés”. Pour celle-ci, le MEQ, dans son Programme de formation de l’école québécoise (2001), explique que “la lecture est non seulement un outil d’apprentissage, de communication et de création, mais aussi une source de plaisir” (Gouvernement du Québec, 2001: 74) et l’élève “est appelé à découvrir le plaisir de lire avec aisance et efficacité différents genres de textes appropriés à son âge pour répondre à ses besoins personnels, scolaires et sociaux” (Gouvernement du Québec, 2001: 74). De plus, “avec l’aide de l’enseignant qui se fait modèle et guide, l’élève apprivoise cet univers culturel [qu’est le monde de la littérature]” (Gouvernement du Québec, 2001: 73). Comme nous l’avons démontré, ces notions de plaisir, de diversité des genres et d’ouverture sont bien présentes dans le discours éditorial sur la lecture de Soulières éditeur.

Une autre compétence en lecture au primaire se nomme “Apprécier des oeuvres littéraires”, où il est soutenu que l’élève doit être exposé à une multitude de genres littéraires pour “identifier ses préférences et intérêts” (Gouvernement du Québec, 2001: 84) et réussir à se construire “un réseau de repères culturels qu’il enrichit au cours d’expériences diversifiées” (Gouvernement du Québec, 2001: 84). Encore une fois, le

23 Mentionnons que nous sommes conscients que cette analyse est réduite puisqu’il y a plus d’une douzaine d’éditeurs québécois qui publient des romans pour la jeunesse et que nous nous sommes basé uniquement sur les catalogues.

souci de Soulières éditeur d'offrir une variété de genres permet de développer cette compétence.

Au secondaire, la compétence "Lire et apprécier des textes variés" correspond au discours de Soulières éditeur, principalement lorsqu'il est question de construction de repères culturels où l'élève doit établir des liens entre des oeuvres littéraires (Gouvernement du Québec, 2004). Cette étude a déjà démontré que le site Internet de l'éditeur répond à cette conception. De plus, le programme de formation soutient que l'élève doit "découvrir des univers littéraires" (Gouvernement du Québec, 2004: 102), donc être exposé à différents genres littéraires et l'éditeur propose cette diversité.

En plus de répondre à ces prescriptions du MEQ, Soulières éditeur s'imbrique à la Politique de la lecture et du livre du Ministère de la Culture et des Communications (après MCC) qui vise à "développer très tôt chez les jeunes les habiletés de lecture, mais surtout le goût de lire, pour que se maintiennent de façon durable les habitudes de lecture" (Gouvernement du Québec, 1998: 6). Cette politique cherche "[à] garantir l'accès à la culture et sensibiliser les citoyens au plaisir de la découverte qu'offre la lecture" (Gouvernement du Québec, 1998: 6). Voilà des idées sur la lecture auxquelles le discours éditorial de Soulières éditeur adhère.

CONCLUSION

Finalement, force est d'admettre que Soulières éditeur a bel et bien un discours éditorial sur la lecture qui va de pair avec son époque (préoccupation ludique et initiation à la littérature) mais qu'en plus ce dernier a le souci d'initier les jeunes lecteurs aux divers genres littéraires. De plus, ces conceptions de la lecture concordent parfaitement avec les orientations du MEQ (2001, 2004) et du MCC (1998), ce qui suppose une bonne réception des textes publiés par l'éditeur de la part des enseignants, des bibliothécaires et des parents, principaux médiateurs entre le livre et le jeune lecteur.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ANCTIL, MÉLISSA (2002) *Gigi*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Graffiti".
- BELLEMARE, MADELEINE (1997) "Littérature de jeunesse: "du néant à l'excellence", in *Panorama de littérature québécoise contemporaine*, Montréal, Guérin.
- BERGERON, ALAIN M. (2001) *Zzzut!*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Ma petite vache a mal aux pattes".
- BERGERON, ALAIN M. (2004) *Les Tempêtes*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Graffiti".
- CHARTIER, JEAN & ANNE-MARIE HÉBRARD (1989) *Discours sur la lecture, 1880-1980*, [Paris]: Centre national d'art et de culture Georges-Pompidou, Bibliothèque publique d'information, Service des études et de la recherche.
- DÉCREAU, LAURENCE (1994) *Ces héros qui font lire*, Paris, Hachette Éducation, collection "Pédagogies pour demain. Didactiques 1^{er} degré".
- DEROY-RINGUETTE, RACHEL (2004) *Entrevue avec Robert Soulières et Colombe Labonté - Soulières éditeur*, Université de Sherbrooke, Archives du Groupe de recherche sur l'édition littéraire, Document audio.
- ECO, UMBERTO (2001) [1979] *Lector in fabula, Le rôle du lecteur ou la Coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Éditions Grasset, collection "Livres de Poche", n° 4098.
- DOMINIQUE ET COMPAGNIE (2006-2007) Catalogue Dominique et Compagnie.
- ÉDITIONS MICHEL QUINTIN (2006) Catalogue Éditions Michel Quintin.
- FERRARIS, NATHALIE (2001) *La picote du vendredi soir*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Ma petite vache a mal aux pattes".
- GERVAIS, FLORE (1997) *École et habitudes de lecture: étude sur les perceptions d'élèves québécois de 9 à 12 ans*, Montréal, Chenelière/McGraw-Hill.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC (1998) *Le temps de lire, un art de vivre*, Politique de la lecture et du livre, Québec, Ministère de la Culture et des Communications.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC (2001) *Programme de formation de l'école québécoise (primaire)*, Québec, Ministère de l'Éducation.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC (2004) *Programme de formation de l'école québécoise (secondaire 1^{er} cycle)*, Québec, Ministère de l'Éducation
- GUÉRETTE, CHARLOTTE (1998) *Au cœur de la littérature d'enfance et de jeunesse*, Sainte-Foy, Éditions La Liberté.

- LAFRANCE, DIANE & POULIOT, SUZANNE (1999) "Le discours éditorial québécois sur la lecture des jeunes de 1980 à aujourd'hui" *Lurelu*, vol. 22, n° 1 (printemps-été), pp. 8-18.
- LANDRY, FRANÇOIS (2007) "Les livres de prix au Québec", in GERSON CAROLE & MICHON, JACQUES (dirs.) *Histoire du livre et de l'imprimé au Canada*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.
- MADORE, ÉDITH (1994) *La littérature pour la jeunesse au Québec*, Montréal, Éditions du Boréal, collection "Boréal Express".
- MATIVAT, DANIEL (1998) *L'ogre de Barbarie*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Graffiti".
- MONTREUIL, CAROLE (2001) *Frisson dans la nuit*, Saint-Lambert. Soulières éditeur, coll. "Ma petite vache a mal aux pattes".
- POULIOT, SUZANNE & SORIN, NOËLLE (1996) "Le discours éditorial sur la lecture des jeunes", *Cahiers de la recherche en éducation*, vol.3, n° 3, pp. 481-499.
- POULIOT, SUZANNE & SORIN, NOËLLE (1998) "Le discours éditorial sur la lecture des jeunes (1960-1980)", *Canadian Children's literature/Littérature canadienne pour la jeunesse*, vol. 24:3/4, n° 91/92 (automne/hiver), pp. 103-114.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (1997) Publicité, *Lurelu*, vol.20, n° 3 (hiver), p.71.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2001) Publicité, *Le libraire*, n° 12 (automne), p.49.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2002) Catalogue Soulières éditeur.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2002) Publicité, *Le libraire*, n° 17 (hiver), p.60.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2002) Publicité, *Lurelu*, vol.25, n° 1 (printemps-été), p.16.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2004) Catalogue Soulières éditeur.
- SOULIÈRES ÉDITEUR (2005) Catalogue Soulières éditeur.

FRANCOFONÍA

18 (2009)

9-20